

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до проведення практичних занять

та самостійної роботи

з навчальної дисципліни

«МЕНЕДЖМЕНТ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ»

*(для студентів 4 курсу всіх форм навчання освітньо-кваліфікаційного
рівня бакалавр, спеціальності 242 – Туризм)*

**Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2019**

Методичні рекомендації до проведення практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Менеджмент міжнародного туризму» (для студентів 4 курсу всіх форм навчання освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр, спеціальності 242 – Туризм) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова; уклад. Н. М. Влащенко. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. – 37 с.

Укладач канд. екон. наук, доц. Н. М. Влащенко

Рецензент

І. М. Писаревський, доктор економічних наук, професор Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

Рекомендовано кафедрою туризму і готельного господарства, протокол № 1 від 29.08.2018.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1 Практичні (семінарські) заняття.....	4
2 Самостійна робота студентів.....	6
3 Система поточного та підсумкового контролю знань.....	8
4 Підготовка до практичних занять.....	10
Список рекомендованих джерел.....	35

ВСТУП

Однією із галузей світової економіки, що розвивається значними темпами, є туристична. З'являються нові види туризму, які сприяють поповненню бюджетів на мезо- та макроекономічному рівнях, створенню нових робочих місць, підвищенню рівня освіти населення, задоволенню його потреби в саморозвитку. Одним із видів туризму, який стрімко розвивається, є міжнародний. Він впливає на розвиток соціально-економічних і політичних відносин між країнами завдяки розширенню туристських потоків, впливає на їх економічний розвиток, сприяє взаємному культурному збагаченню.

Тому виникає об'єктивна необхідність в дослідженні особливостей розвитку міжнародного туризму як складного явища сучасної світової економіки.

Головною метою викладання дисципліни «Менеджмент міжнародного туризму» є створення цілісної системи знань про особливості управління соціально-економічною системою, сутності, принципам, законам і способам організації управлінської діяльності, націленої на підприємницький успіх, формування у студентів менеджерських і професійних компетенцій – особистісних якостей та здібностей, а також професійних знань і навичок, необхідних для ефективного управління підприємством у галузі міжнародного туризму.

Завданням навчальної дисципліни є вивчення особливостей управлінської діяльності на підприємстві сфери міжнародного туризму та технологій менеджменту при роботі на міжнародному туристському ринку.

Предметом вивчення дисципліни є сукупність управлінських завдань в підсистемах організацій міжнародного туризму, їх стосунки із зовнішнім середовищем.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час проведення аудиторних занять: лекційних та практичних. На лекціях розглядаються основні питання курсу. Найважливіші та найскладніші питання винесено на розгляд та обговорення під час практичних занять. Поглиблене вивчення окремих питань і закріплення знань здійснюється під час виконання самостійної роботи, якій приділяється значна увага.

1 ПРАКТИЧНІ (СЕМІНАРСЬКІ) ЗАНЯТТЯ

Теми практичних (семінарських) занять

Семінарське заняття – форма навчального заняття, спрямована на закріплення студентами теоретичних знань, отриманих на лекціях і під час самостійного вивчення матеріалу дисципліни та виконання індивідуального науково-дослідного завдання.

Практичне заняття – форма навчального заняття, спрямованого на формування вмінь і навичок із виконання певних видів робіт, а саме проведення аналізу й подання обґрунтованих висновків щодо напрямів удосконалення інноваційної діяльності на вітчизняних підприємствах.

За кожною темою викладач проводить семінарське заняття, на якому організує обговорення зі студентами питань із тем, визначених робочою навчальною програмою, формує вміння та навички практичного застосування теоретичних положень навчальної дисципліни шляхом індивідуального виконання відповідно до сформованих завдань.

Завдання містить проведення попереднього контролю знань, умінь і навичок студентів, встановлення загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю студентів, розв'язання контрольних завдань, тестовий контроль, перевірку й оцінювання.

Підсумкові оцінки за кожне заняття заносять до журналу. Оцінки, отримані студентом на семінарських заняттях, ураховують під час виставлення поточної оцінки за змістовими модулями з навчальної дисципліни «Менеджмент міжнародного туризму».

Проведення практичного заняття базується на попередньо підготовленому матеріалі: тестах для виявлення ступеня оволодіння студентами необхідними теоретичними положеннями, пакетах завдань різного ступеня складності для розв'язання студентами на занятті, групі письмових та усних питань за темою практичного (семінарського) заняття.

Усі практичні заняття проходять за планом проведення практичних (семінарських) занять (див. табл. 1).

Таблиця 1 – План проведення практичних занять для студентів денної та заочної форми навчання освітнього рівня бакалавр спеціальності 242 – Туризм

№ заняття	Зміст	Кількість годин	
		Денне навчання (ДН)	Заочне навчання (ЗН)
1	2	3	4
МОДУЛЬ 1. «МЕНЕДЖМЕНТ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ»			
Змістовий модуль 1.1 Теоретичні засади менеджменту в міжнародному туризмі			
1	Тема 1 Сутність, роль та методологічні засади менеджменту в міжнародному туризмі: Структура, напрями й види менеджменту	2	0,5
2	Тема 1 Сутність, роль та методологічні засади менеджменту в міжнародному туризмі: Зовнішнє та внутрішнє середовища в міжнародному туризмі	3	0,5
3	Тема 2 Міжнародні організації в туризмі: Діяльність міжнародних організацій у сфері туризму	2	0,5

Продовження таблиці 1

1	2	3	4
4	Тема 3 Державне регулювання міжнародного туризму: Сертифікація, стандартизація, ліцензування в міжнародному туризмі. Правове регулювання туристської діяльності зарубіжних країн	3	0,5
Усього за ЗМ 1.1		10	2
Змістовий модуль 1.2 Організаційні та управлінські відносини в менеджменті міжнародного туризму			
5	Тема 4. Менеджмент індустрії міжнародного туризму: Структура індустрії міжнародного туризму. Характеристика стандартів обслуговування	3	1,0
6	Тема 4 Менеджмент індустрії міжнародного туризму: Особливості діяльності туроператорів та турагентів	3	0,5
7	Тема 5 Менеджмент міжнародних транспортних туристських перевезень: Види транспорту в міжнародних туристських перевезеннях	3	1,0
8	Тема 6 Менеджмент підприємств харчування в міжнародному туризмі: Спеціалізація ресторанних підприємств у міжнародному туризмі	2	0,5
9	Тема 7 Менеджмент гостинності в міжнародному туризмі: Готельні мережі як ефективний спосіб ведення бізнесу в індустрії гостинності: світовий досвід	3	0,5
10	Тема 7 Менеджмент гостинності в міжнародному туризмі: Напрями підвищення ефективності діяльності міжнародних готельних організацій і асоціацій	2	0,5
Усього за ЗМ 1.2		16	4
Усього за модулем 1:		26	6

2 САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

Самостійна робота студентів є важливим елементом успішного засвоєння матеріалу дисципліни. Основою тут є самостійна праця студентів із вітчизняними та закордонними джерелами, нормативними актами у сфері інноваційного менеджменту. Самостійна робота – інструмент опанування навчального матеріалу в час, вільний від обов’язкових навчальних занять. Основними видами самостійної роботи студентів є такі:

– обов’язкове вивчення або закріплення матеріалу, отриманого на лекціях;

- опрацювання та вивчення інформації з джерел, рекомендованих до вивчення;
- підготовка до практичних (семінарських) занять, дискусій, роботи у групах, опитування, тестування;
- контрольна перевірка кожним студентом якості особистих знань за запитаннями для самостійного поглибленого вивчення та самоконтролю.

Перелік питань для самостійного опрацювання подано в таблиці 2.

Таблиця 2 – Перелік питань для самостійного опрацювання для студентів денної та заочної форм навчання освітнього рівня бакалавр спеціальності 242 – Туризм

Назва теми	Питання для самостійного опрацювання (за ЗМ і темами)	Кількість годин		Рекомендовані джерела
		ДН	ЗН	
1	2	3	4	5
Модуль 1 Менеджмент міжнародного туризму				
ЗМ 1 Організація інноваційної діяльності підприємств туризму				
Тема 1 Сутність, роль та методологічні засади менеджменту в міжнародному туризмі	1.1 Поняття й сутність менеджменту в туризмі 1.2 Рівні менеджменту 1.3 Особливості менеджменту в туризмі 1.4 Функції менеджменту	12	15	Основні [1–7]; додаткові [1, 4, 8, 9]
Тема 2 Міжнародні організації в туризмі	2.1 Двостороння співпраця в міжнародному туризмі 2.2 Багатостороння співпраця у міжнародному туризмі 2.3 Всесвітня організація туризму. Її організаційна структура та функції 2.4 Рада з туризму СНД. Особливості її роботи 2.5 Регіональні туристські організації, їхні функції	12	15	Основні [1–7]; додаткові [1–5]; Інтернет-ресурси [1–9]
Тема 3 Державне регулювання міжнародного туризму	3.1 Сутність та інструменти державного регулювання міжнародного туризму в Україні 3.2 Механізм розвитку міжнародного туризму 3.3 Податкове регулювання міжнародного туризму	13	18	Основні [1–7]; додаткові [1, 2, 5]
Усього за ЗМ 1		37	48	

Продовження таблиці 2

1		2	3	4
ЗМ 2. Реалізація інноваційних технологій у туризмі				
Тема 4 Менеджмент індустрії міжнародного туризму	4.1 Особливості та структура індустрії міжнародного туризму 4.2 Координування діяльності компонентів індустрії туризму	11	10	Основні [1–7]; додаткові [1–5]; Інтернет-ресурси [3, 4, 8]
Тема 5 Менеджмент міжнародних транспортних туристських перевезень	5.1 Транспортні перевезення 5.2 Залізничний транспорт 5.3 Автомобільний транспорт 5.4 Водний транспорт 5.5 Повітряний транспорт	11	10	Основні [1–7]; додаткові [2–9]; Інтернет-ресурси [2, 7]
Тема 6 Менеджмент підприємств харчування в міжнародному туризмі	6.1 Види підприємств харчування у міжнародному туризмі 6.2 Переваги ресторанного бізнесу на ринку міжнародного туризму 6.3 Франчайзинг у ресторанному бізнесі, фактори впливу на його розвиток	11	10	Основні [1–7]; додаткові [2–8]; Інтернет-ресурси [1, 2, 5]
Тема 7 Менеджмент гостинності в міжнародному туризмі	7.1 Засоби розміщення туристів: колективні та індивідуальні, їх класифікація 7.2 Вимоги до засобів розміщення, їх персоналу 7.3 Вимоги до менеджменту готельного бізнесу	11	10	Основні [1–3]; додаткові [1 – 4, 8]; Інтернет-ресурси [1, 5, 9]
Усього за ЗМ 2		44	40	
Усього за модулем 1		81	88	

3 СИСТЕМА ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Оцінювання знань, умінь та навичок студентів ураховує види занять, які згідно з програмою дисципліни «Менеджмент міжнародного туризму» передбачають лекційні, практичні (семінарські) заняття, а також самостійну роботу та виконання індивідуальних завдань.

Контрольні заходи для студентів денного навчання включають поточний і підсумковий контроль.

Перевірка й оцінювання знань студентів проводиться в таких формах:

– оцінювання знань студента під час практичних (семінарських) занять;

- виконання індивідуального навчально-дослідного завдання (у вигляді ІНДЗ та у вигляді контрольної роботи для студентів заочної форми навчання);
- проведення проміжного контролю (опитування або письмові завдання);
- проведення контролю знань за змістовними модулями;
- проведення підсумкового (письмового) заліку.

Загальна оцінка за змістовий модуль складається з поточних оцінок, яку студент отримує під час практичних (семінарських) занять та оцінок за змістові модулі.

Загальна (модульна) оцінка з дисципліни визначається як середнє арифметичне оцінок за змістовні модулі, оцінки за виконання індивідуального завдання та оцінки за результатами підсумкового контролю.

Оцінювання знань студента здійснюється під час практичних (семінарських) занять та виконання індивідуальних завдань і проводиться за 4-бальною шкалою за такими критеріями:

- розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблеми, що розглядається;
- ступінь засвоєння матеріалу навчальної дисципліни;
- ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;
- уміння поєднувати теорію з практикою під час розгляду практичних ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків при виконанні індивідуальних завдань, та завдань, що винесені на розгляд в аудиторії;
- логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та роботи висновки.

Оцінювання знань студента проводиться за чотири-бальною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно):

1. Для одержання оцінки «5» (відмінно) студент повинен:
 - укластися у встановлений термін підготовки відповіді;
 - викладати теоретичний матеріал чітко, коротко, зв'язано й обґрунтовано;
 - уміти оперативно розібратися в запропонованій ситуації, грамотно оцінити її та обґрунтувати ухвалене рішення;
 - впевнено відповідати на запитання членів екзаменаційної комісії й без зауважень із їхнього боку.
2. Для одержання оцінки «4» (добре) студент повинен:
 - укластися у встановлений термін підготовки відповіді;
 - викладати теоретичний матеріал обґрунтовано й складно;
 - не утруднятися у виборі рішення під час аналізу запропонованої ситуації;
 - уміти обґрунтувати ухвалене рішення;
 - добре відповідати на запитання членів екзаменаційної комісії.
3. Для одержання оцінки «3» (задовільно) студент повинен:
 - викладати теоретичний матеріал у доступній для розуміння формі;

- розібратися в запропонованій ситуації й розробити пропозиції щодо її рішення;
- позитивно відповідати на запитання членів екзаменаційної комісії;
- допускаються недостатньо впевнені й чіткі відповіді, але вони повинні бути правильні.

4. Оцінку «2» (незадовільно) одержують студенти, відповіді яких можуть бути оцінені нижче вимог, сформульованих у попередньому пункті.

Знання матеріалу оцінюється за чотири-бальною системою та згідно з Методикою переведення показників успішності знань студентів перекладається в систему оцінювання за шкалою ECTS (табл. 3).

Таблиця 3 – Шкала перерахунку оцінок результатів контролю знань студентів

Сума балів за всі види навчальної діяльності	ECTS оцінка	Оцінка за національною шкалою	
		Для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	Для заліку
90–100	A	Відмінно	Зараховано
82–89	B	Добре	
74–81	C		
64–73	D	Задовільно	
60–63	E		
35–59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Не зараховано з можливістю повторного складання
0–34	F	Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

4 ПІДГОТОВКА ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Модуль 1 Менеджмент міжнародного туризму

ЗМ 1 Теоретичні засади менеджменту в міжнародному туризмі

Заняття 1. Тема 1 Сутність, роль та методологічні засади менеджменту в міжнародному туризмі

Тема заняття «Структура, напрями й види менеджменту»

План

1. Структура управління підприємствами у сфері міжнародного туризму.

2. Типологічний менеджмент туризму.
3. Напрями менеджменту в міжнародному туризмі.

1. Мета заняття: засвоєння студентами сутності, основних понять, та особливостей формування структури управління великих туристських підприємств, які функціонують на міжнародному ринку.

2. Методика проведення практичної частини заняття: обговорення питань, що виникли у студентів під час самостійної підготовки до заняття; обговорення питань, які виникли після вивчення лекційного матеріалу; контроль за виконанням домашнього завдання.

3. Питання з теоретичної частини заняття.

Характеристика структур управління підприємствами, які мають велике територіальне охоплення.

Види спеціалізації готельних, туристських, ресторанних підприємств.

Характеристика видів менеджменту на підприємствах міжнародного туризму.

4. Контроль самостійної роботи студентів: підготовка доповідей за темами кадрового, адміністративного (організаційного), фінансового (менеджменту фінансових ресурсів), транспортного, інноваційного, інвестиційного, стратегічного та інших видів менеджменту.

5. Методика організації самостійної роботи студентів: студент під час підготовки до заняття повинен відповісти на такі запитання:

- Які структури управління підприємствами ви знаєте, які з них застосовуються до організацій з великим територіальним охопленням?
- Наведіть особливості застосування дивізійної та матричної організаційної структур управління та приклади їх застосування на підприємствах міжнародного туризму.
- Охарактеризуйте продуктову, споживчу та регіональну спеціалізацію підприємств.
- Яка спеціалізація є найпоширенішою в туристському бізнесі?
- Наведіть особливості кадрового менеджменту, який застосовується на туристських підприємствах.
- Охарактеризуйте адміністративний (організаційний) менеджмент на підприємствах міжнародного туризму.
- Визначте напрями розвитку фінансового менеджменту (менеджменту фінансових ресурсів).
- Обґрунтуйте необхідність розвитку маркетинг-менеджменту на підприємствах міжнародного туризму;
- У чому полягає сутність PR-менеджменту на підприємствах тур індустрії?
- За яких умов на підприємствах туріндустрії застосовують транспортний менеджмент?

– Охарактеризуйте сутність інноваційного та інвестиційного менеджменту.

– Наведіть визначення та сутність поняття «стратегічний менеджмент». Яким чином він співвідноситься з іншими видами менеджменту?

– Що таке Qualita-менеджмент (управління якістю). Охарактеризуйте особливості його застосування на підприємствах міжнародного туризму.

– Які ще види менеджменту ви знаєте? Яким чином ці види менеджменту застосовуються на підприємствах міжнародного туризму?

6. Практичне завдання:

1. Проаналізуйте структуру управління туристським (готельним) підприємством, яке має міжнародне охоплення.

1.1 Наведіть особливості, переваги та недоліки дивізійної структури управління.

1.2 Наведіть особливості, переваги та недоліки матричної структури управління.

2. Наведіть приклад одного мережевого готельного підприємства та одного мережевого туристського підприємства.

2.1 Вкажіть, який вид структуризації використовується на підприємстві:

– продуктова спеціалізація;

– споживча спеціалізація;

– регіональна спеціалізація.

2.2 Охарактеризуйте види менеджменту на обраних підприємствах:

1. Кадровий менеджмент

2. Адміністративний (організаційний) менеджмент.

3. Фінансовий менеджмент (менеджмент фінансових ресурсів).

4. Маркетинг-менеджмент.

5. PR-менеджмент.

6. Транспортний менеджмент.

7. Інноваційний менеджмент.

8. Інвестиційний менеджмент

9. Стратегічний менеджмент.

10. Qualita-менеджмент (управління якістю).

11. Виробничий менеджмент.

12. Інформаційний менеджмент.

13. Knowledge-менеджмент (управління знаннями).

14. Комунікативний менеджмент

15. Анімаційний менеджмент.

16. Міжнародний менеджмент

17. Менеджмент нерухомості

18. Менеджмент безпеки

19. Мотиваційний менеджмент

20. Координаційний менеджмент

21. Менеджмент продажу.

22. Правовий менеджмент.
23. Екологічний менеджмент.
24. Ризик-менеджмент.
25. Антикризовий менеджмент
26. Yield-менеджмент.

В завданні зазначена максимальна кількість видів менеджменту. Студентам необхідно описати декілька видів, в залежності від наявної інформації про обране підприємство.

Варіанти для виконання завдання наведені в таблиці 4.1.

Таблиця 4.1 – Варіанти для виконання практичного завдання «Аналіз видів менеджменту та структури управління готельним підприємством, яке працює на міжнародному ринку»

№ варіанта	Готельна мережа
1	Accor
2	Marriott International
3	Sheraton Corporation
4	Hilton Hotel Corporation
5	Best Western
6	Radisson Hotels
7	Sheraton Hotels & Resorts
8	Home Inns

7. Джерела: основні [1–7]; додаткові [1, 4, 8, 9].

Заняття 2. Тема 1 Сутність, роль та методологічні засади менеджменту в міжнародному туризмі

Тема заняття «Зовнішнє та внутрішнє середовища в міжнародному туризмі»

План

1. Поняття зовнішнього та внутрішнього середовища в міжнародному туризмі.
2. Фактори впливу на середовище підприємств туризму.
3. Методика оцінки зовнішнього та внутрішнього середовища в міжнародному туризмі за допомогою SWOT-аналізу.

1. Мета заняття: засвоєння студентами сутності та складників зовнішнього та внутрішнього середовища на підприємствах міжнародного туризму та формування навичок щодо застосування методики оцінки зовнішнього та внутрішнього середовища в міжнародному туризмі за допомогою SWOT-аналізу.

2. Методика проведення практичної частини заняття: обговорення питань, що виникли у студентів під час самостійної підготовки до заняття; контроль за виконанням домашнього завдання.

3. Питання з теоретичної частини заняття.

Зовнішнє середовище туристських підприємств.

Безпосереднє оточення туристських підприємств

Внутрішнє середовище туристських підприємств.

Методика застосування SWOT-аналізу.

4. Контроль самостійної роботи студентів: підготовка доповідей за темами стану конкуренції в міжнародному туризмі, науково-технічного прогресу у сфері міжнародного туризму, позитивного та негативного впливу соціально-економічних та політичних подій на розвиток туризму в певних країнах.

5. Методика організації самостійної роботи студентів: студент під час підготовки до заняття повинен відповісти на такі запитання:

– Наведіть визначення поняття «середовище в туристській сфері», «зовнішнє середовище в туризмі», «внутрішнє середовище в туризмі».

– Охарактеризуйте фактори зовнішнього середовища прямого та опосередкованого впливу.

– Охарактеризуйте безпосереднє оточення підприємств тур індустрії.

– Визначте складники внутрішнього середовища підприємств міжнародного туризму.

– Обґрунтуйте сутність методу SWOT-аналізу діяльності підприємств туріндустрії, визначте мету його застосування.

– Наведіть послідовність дій під час застосування SWOT-аналізу діяльності підприємств тур індустрії.

6. Практичне завдання. Проведення SWOT-аналізу туристського (готельного) підприємства, яке має міжнародне охоплення.

Необхідно визначити можливості й обмеження, переваги й недоліки при формуванні стратегії розвитку підприємства, що досліджується. Для цього необхідно провести SWOT-аналіз мережевого підприємства у сфері туризму (готельного господарства).

Приклад вихідних даних для проведення SWOT-аналізу наведений в таблиці 4.2.

Силу впливу кожного з досліджуваних факторів слід оцінити за 5-бальною шкалою. При цьому сильні сторони та можливості матимуть позитивне значення (+), а слабкі сторони та загрози від'ємне значення (–).

Після складання сильних, слабких сторін, можливостей та загроз необхідно розрахувати їх середнє значення (за кожним блоком). Отримані результати (середні значення) слід перемножити за напрямками:

1. «Сильні сторони і можливості».

2. «Сильні сторони загрози».

3. «Слабкі сторони та можливості».

4. «Слабкі сторони та загрози».

Таким чином у SWOT-матриці додатково повинні утворитися чотири квадранти, у яких слід внести ймовірні сценарії розвитку іміджу міста з урахуванням поєднання зазначених вище складових.

За результатами попереднього аналізу слід оформити результати SWOT-аналізу досліджуваного підприємства (табл. 4.3).

За результатами проведеного аналізу та виконаних розрахунків необхідно зробити висновки щодо дії зовнішніх та внутрішніх чинників на діяльність підприємства та запропонувати стратегію розвитку цього підприємства.

Таблиця 4.2 – Вихідні дані для проведення SWOT-аналізу підприємства N

Переваги (сильні сторони)	Можливості
1	2
<ul style="list-style-type: none"> – Адекватні фінансові джерела; – висока компетентність і кваліфікація персоналу; – високе мистецтво конкурентної боротьби; – висока якість послуг; – надійна мережа розподілу; – найбільш ефективна в галузі реклама; – перевірене надійне управління; – перевірені та надійні партнери; – добре розуміння споживачів; – цінова перевага; – чітко сформульована стратегія тощо 	<ul style="list-style-type: none"> – Сприятливий зрушення в курсах валют; – обслуговування додаткових груп споживачів; – доступність ресурсів; – низька активність конкурентів; – поява нових технологій; – розширення асортименту можливих послуг; – зростання попиту; – зростання рівня доходів населення; – зниження торгових бар'єрів у виході на зовнішні ринки; – стабілізація зовнішніх умов бізнесу; – зменшення числа конкурентів за рахунок появи бар'єрів входу на ринок тощо
Недоліки (слабкі сторони)	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> – Висока собівартість послуг; – високий ступінь зносу основних засобів; – брак фінансування; – низька зацікавленість пересічних співробітників у розвитку підприємства; – низький рівень сервісу; – відсутність аналізу інформації про споживачів; – відсутність чітко вираженої стратегії, непослідовність в її реалізації; – погана репутація підприємства на ринку; – втрата глибини і гнучкості управління; – втрата деяких аспектів компетентності персоналу; – слабка політика просування на ринок; – слабка мережа розподілу; – вузький асортимент послуг, що надаються 	<ul style="list-style-type: none"> – уповільнення росту ринку; – зміна смаків покупців; – несприятливий зрушення в курсах валют; – жорстокість конкуренції; – поява іноземних конкурентів з товарами низької вартості; – надходження на ринок альтернативних товарів; – поява на ринку нових конкурентів; – прийняття нових законодавчих обмежень; – зростання податкового тягаря; – зниження народжуваності; – посилення вимог постачальників; – чутливість до нестабільності зовнішніх умов бізнесу тощо.

Таблиця 4.3 – Результати SWOT-аналізу підприємства _____ (приклад)

	Можливості ($\overline{x_O} = 4,00$)	Загрози ($\overline{x_T} = -4,13$)
	<p>Можливості:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вихід на нові ринки (+4). 2. Можливість отримання інвестицій і капітальних вкладень (+5). 3. Розробка довгострокового плану розвитку готелю (+3). 4. Підвищення обізнаності клієнтів про готель, формування позитивного іміджу (+4). 	<p>Погрози:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вибагливість клієнтів, що зростає (-5). 2. Неприятлива політична і економічна ситуація у державі (-4). 3. Недосконалість законодавчої бази (-3,5). 4. Зростаюча конкуренція з боку інших готелів та засобів розміщення (-4).
Сильні сторони ($\overline{x_S} = 4,2$)	«Сильні сторони і можливості» ($\overline{x_S} \times \overline{x_O} = 16,8$)	«Сильні сторони загрози» ($\overline{x_S} \times \overline{x_T} = -17,4$)
<p>Сильні сторони:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вигідне місце розташування (+4,5). 2. Наявність фінансування з боку власників підприємства (+5). 3. Доступна вартість розміщення (+4). 4. Кваліфікований персонал (+4). 5. Досвід надання готельних послуг (+3,5). 	<p>«Сила і можливості»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розширення видів послуг. 2. Вихід на нові ринки. 3. Збільшення обсягів продажів. 	<p>«Сила і загрози»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення кількості клієнтів в існуючому сегменті ринку. 2. Укріплення позицій бренду. 3. Постійна інноваційна діяльність.
Слабкі сторони ($\overline{x_W} = -4,25$)	«Слабкі сторони та можливості» ($\overline{x_W} \times \overline{x_O} = -17,0$)	«Слабкі сторони та загрози» ($\overline{x_W} \times \overline{x_T} = 17,6$)
<p>Слабкі сторони:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Залежність від ділової активності міста (+5). 2. Необхідність окуповування великих інвестиційних вкладень в розвиток інфраструктури при нестабільному і досить низькому попиті (+3,5). 3. Відсутність довгострокових і короткострокових стратегій розвитку підприємства (+4). 4. Слабка обізнаність клієнтів про готель, відсутність реклами (+4,5). 	<p>«Слабкість і можливості»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дослідження системи управління конкурентоспроможністю. 2. Розробка системи соціальної відповідальності. 3. Досягнення мобільності у розвитку підприємства. 	<p>«Слабкість і загрози»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення обсягів реалізації за рахунок зниження поточних витрат готелю. 2. Посилення системи стимулювання продажів. 3. Перегляд PR-політики.

7. Джерела: основні [1–7]; додаткові [1, 4, 8, 9].

Заняття 3. Тема 2 Міжнародні організації в туризмі

Тема заняття «Діяльність міжнародних організацій у сфері туризму»

План

1. Діяльність Всесвітньої організації туризму.
2. Діяльність інших міжнародних організацій у сфері туризму.
3. Міжнародні акти, які регулюють діяльність у сфері туризму.

1. Мета заняття: засвоєння студентами знань про сутність та інструменти міжнародного регулювання туристської діяльності.

2. Методика проведення практичної частини заняття: обговорення питань, що виникли у студентів під час самостійної підготовки до заняття; контроль за виконанням домашнього завдання.

3. Питання з теоретичної частини заняття:

Історія створення та сучасна діяльність Всесвітньої організації туризму.

Всесвітня федерація асоціацій туристських агентств.

Міжнародна федерація туроператорів.

Всесвітня асоціація туристських агентств.

Міжнародна готельна асоціація.

Хартія туризму і Кодекс туриста.

Принципи розвитку туризму, проголошені Гаагською декларацією по туризму та їх практична реалізація.

Всесвітній Кодекс етики в туризмі як основа формування відносин в туристській сфері.

4. Контроль самостійної роботи студентів: підготовка доповідей за темами щодо діяльності міжнародних організацій у сфері туризму та міжнародних актів, які регулюють діяльність у сфері туризму.

5. Методика організації самостійної роботи студентів: студент під час підготовки до заняття повинен відповісти на такі запитання:

- У якому році та ким була створена Всесвітня організація туризму?
- Охарактеризуйте структуру Всесвітня організація туризму.
- Яким орган вважається головним у складі Всесвітньої організації туризму?
- Визначте повноваження Генеральної асамблеї та Виконавчої ради UNWTO.
- Охарактеризуйте діяльність Всесвітньої федерація асоціацій туристських агентств (рік створення, кількість діючих членів, основні напрями діяльності).
- Охарактеризуйте діяльність Міжнародної федерації туроператорів (рік створення, кількість діючих членів, основні напрями діяльності).
- Охарактеризуйте діяльність Всесвітньої асоціації туристських агентств (рік створення, кількість діючих членів, основні напрями діяльності).
- Охарактеризуйте діяльність Міжнародної готельної асоціації (рік створення, кількість діючих членів, основні напрями діяльності).

– Визначте місце України та міжнародному туристському ринку (членом яких міжнародних організацій у сфері туризму вона є, з якого року).

– В якому році та ким була прийнята Гаагською декларацією по туризму? Охарактеризуйте її основні положення.

– В якому році та тим був прийнятий Всесвітній Кодекс етики в туризмі? Охарактеризуйте його основні положення.

6. Джерела: основні [1–7]; додаткові [1–5], Інтернет-ресурси [1–9].

Заняття 4. Тема 3 Державне регулювання міжнародного туризму

Тема заняття «Сертифікація, стандартизація, ліцензування в міжнародному туризмі. Правове регулювання туристської діяльності зарубіжних країн»

План

1. Поняття та сутність процесів сертифікації, стандартизації та ліцензування в міжнародному туризмі.

2. Закордонний досвід **правове регулювання туристської діяльності** зарубіжних країн.

1. Мета заняття: закріплення теоретичних знань щодо державного регулювання міжнародного туризму, зокрема зарубіжних країн.

2. Методика проведення теоретичної частини заняття: обговорення питань, що виникли у студентів під час самостійної підготовки до заняття, контроль за виконанням домашнього завдання, контроль знань студентів, отриманих на лекції.

3. Питання з теоретичної частини заняття.

Сутність понять «Сертифікація, стандартизація, ліцензування» та їх відмінності.

Характеристика стандартів сімейства ISO 9000.

Державне регулювання туристської діяльності в Іспанії.

Умови здійснення туристської діяльності у Франції.

Нормативно-правове забезпечення туристської діяльності в Угорщині.

Державне регулювання туристської діяльності в Португалії та Швейцарії.

Нормативно-правове забезпечення туристської діяльності в Марокко.

4. Контроль самостійної роботи студентів: підготовка доповідей, що висвітлюють нормативно-правове забезпечення та умови здійснення туристської діяльності зарубіжних країн.

5. Методика організації самостійної роботи студентів: студент під час підготовки до заняття повинен відповісти на такі запитання:

– Дайте визначення поняттям «Сертифікація», «стандартизація», «ліцензування».

– Які нормативно-правові акти регламентують процес сертифікації, стандартизації, ліцензування в Україні?

– Наведіть головні завдання стандартизації туристських послуг.

– Які версії стандартів ISO ви знаєте? Наведіть різницю між ними.

- Охарактеризуйте нормативно-правові умови здійснення туристської діяльності в Іспанії.
- Охарактеризуйте вимоги отримання ліцензії на турагентську діяльність у Франції.
- Наведіть вимоги до здійснення туристської діяльності в Угорщині.
- Визначте умови ліцензування туристської діяльності в Марокко.
- Який документ є базовим у регулюванні діяльності туристських агентств Португалії?
- Охарактеризуйте діяльність Швейцарської федерації туристських агентств.
- Охарактеризуйте директиви Європейського Співтовариства щодо здійснення туристської діяльності.

6. Практичне завдання.

6.1 Складання характеристики держави щодо розвитку міжнародного туризму.

План-характеристику держави щодо розвитку міжнародного туризму необхідно складати за наступними пунктами:

1. Місце країни у світовій економіці.
 2. Фактори і динаміка економічного розвитку держави.
 3. Державне регулювання туризму в країні.
 4. Банківська система та фінансовий капітал.
 5. Зовнішньоекономічні зв'язки держави в сфері туризму з країнами різного типу: розвиненою економікою, перехідною економікою, безпосередньо з Україною.
 6. Сучасний стан туристського ринку (статистика, види туризму, великі курорти, туроператори, готельні мережі тощо).
 7. Проблеми і перспективи розвитку міжнародного туризму в країні.
 8. Загальні висновки за попередніми пунктами роботи.
- В таблиці 4.4 наведені варіанти для виконання практичного завдання.

В таблиці 4.4 – Варіанти для виконання практичного завдання «Складання характеристики держави щодо розвитку міжнародного туризму»

№ Варіанта	Країна для аналізу
1	2
1	США
2	Німеччина
3	Італія
4	Іспанія
5	Франція
6	Нідерланди
7	Австралія
8	Угорщина

Продовження таблиці 4.4

1	2
9	Великобританія
10	ОАЕ

6.2 Аналіз розвитку туризму в різних регіонах світу.

Перерахуйте основні міжнародні акти, які регулюють туристську діяльність. Назвіть види міжнародних туристських організацій у відповідності з різними ознаками. Проаналізуйте проблеми і перспективи, тенденції розвитку туризму в різних регіонах світу – Європа, Південно-східна Азія і ін.

Заповніть таблицю 4.5 даними за останні п'ять років, що характеризують кількість туристських прибуттів і доходів від туризму (в'їзного та виїзного) в Україні та за країнами світу із зазначенням джерела інформації.

Таблиця 4.5 – Динаміка міжнародних туристських прибуттів і доходів від туризму

Рік	Країни та регіони	Кількість туристських прибуттів, млн. осіб	Доходи від туризму за країнами та регіонами

6.3 Розв'язання кейс-завдання.

Туристка купує путівку до Італії для себе і десятирічного сина. Для отримання шенгенської візи необхідна письмова згода другого з батьків на виїзд дитини в супроводі матері, однак колишній чоловік, ухиляючись від сплати аліментів, періодично змінює місця роботи і його перебування в теперішній момент невідомо.

Чи можливо вирішення цієї проблеми? Ознайомтеся з особливостями правового регулювання виїздів до країн шенгенської групи. Знайдіть рішення цього питання, яке не суперечило б положенням ні Цивільного, ні Кримінального кодексів України.

7. Джерела: нормативні [1–6]; основні [1–7]; додаткові [1, 2, 5].

ЗМ 2. Організаційні та управлінські відносини в менеджменті міжнародного туризму

Заняття 5. Тема 4 Менеджмент індустрії міжнародного туризму

*Тема заняття «Структура індустрії міжнародного туризму.
Характеристика стандартів обслуговування»*

План

1. Структура індустрії міжнародного туризму з точки зору складу обслуговуючих підприємств.

2. Характеристика стандартів обслуговування в засобах розміщення та інших підприємств-складників міжнародного туризму.

1. Мета заняття: набуття теоретичних знань та практичних навичок складання та застосування стандартів обслуговування у сфері міжнародного туризму.

2. Методика проведення теоретичної частини заняття: обговорення питань, що виникли у студентів під час самостійної підготовки до заняття, контроль за виконанням домашнього завдання, контроль знань студентів, отриманих на лекції.

3. Питання з теоретичної частини заняття:

Узгодження діяльності підприємств, туроператорів і турагентств різних країн.

Характеристика світової системи класифікації готелів та її еволюція.

Групи підприємств, які виробляють продукти й послуги для туристів.

Ринкові особливості туристських послуг.

4. Контроль самостійної роботи студентів: підготовка доповідей за темами із особливостей класифікації готельних підприємств в різних країнах та регіонах, виконання маркетингових досліджень щодо сегментації ринку туристських послуг та спеціалізації туристських операторів.

5. Методика організації самостійної роботи студентів: студент під час підготовки до заняття повинен відповісти на такі запитання:

Наведіть визначення поняття «індустрія туризму».

Чи існують єдині стандарти обслуговування в міжнародному туризмі?

Охарактеризуйте еволюцію світової системи класифікації готелів.

Які міжнародні організації розробляли системи міжнародної класифікації засобів розміщення?

Охарактеризуйте групи підприємств, які виробляють продукти й послуги для туристів.

Наведіть властивості готельної послуги.

Що таке «туристський товар»? Наведіть визначення цього поняття.

Охарактеризуйте чотири особливості продукції туризму.

Наведіть стандарти організації харчування на борту літака під час міжнародних перевезень.

Охарактеризуйте раціони харчування на борту літака за групами: меню для пасажирів різних віросповідань, дієтичне меню, інші види спеціального харчування.

Яка міжнародна аббревіатура використовується для позначення раціонів харчування на борту літака?

Охарактеризуйте типи харчування і способи його замовлення у вітчизняних та закордонних авіакомпаніях.

6. Практичне завдання.

6.1 Рейтинг якостей «досконалого» туроператора

За результатами опитування керівників 500 туристських фірм України (рейтинг якостей туроператора) складена таблиця і наведені функціональні яко-

сті туроператорів, на які звертають увагу тур агенти при підборі партнерів для укладання агентських угод (рис. 4.1).

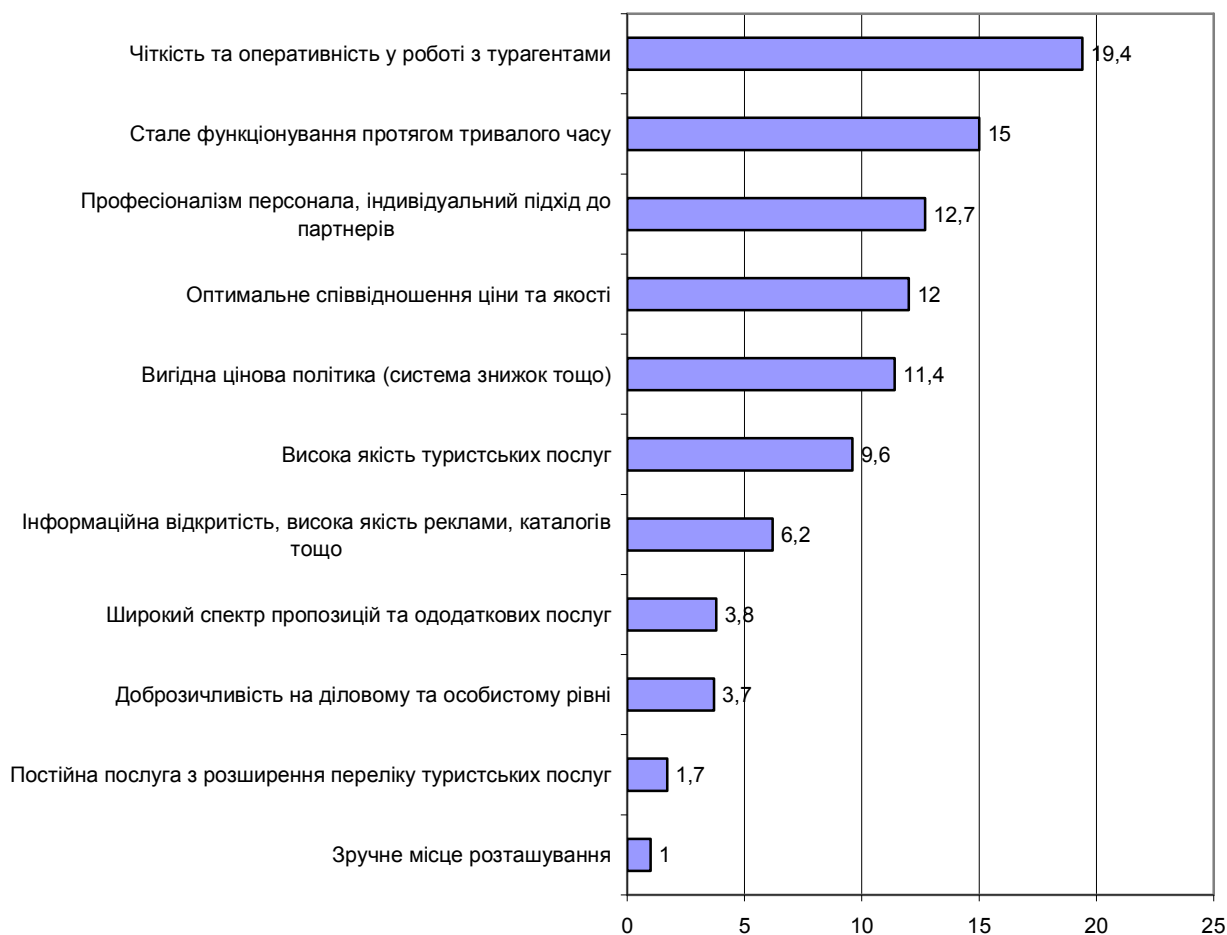


Рисунок 4.1 – Рейтинг якостей «досконалого» оператора, % від загальної кількості відповідей

Питання за практичним завданням:

1. Наведіть п'ять найважливіших з вашої точки зору функціональних якостей туристського оператора.

2. Які з відомих вам туроператорів, що функціонують на ринку України відповідають зазначеним якостям (з рис. 4.1).

6.2 Харчування в літаку, який здійснює міжнародні перевезення. Типи харчування і способи його замовлення в авіакомпаніях

Проаналізуйте типи спеціалізованого харчування на борту літака, яке рекомендовано Міжнародною асоціацією повітряного транспорту (IATA).

У таблиці 4.6 наведено коди спеціалізованого харчування на борту літака, які згруповані на три категорії: вегетаріансько-дієтичне, релігійно-національне харчування та дитяче харчування.

Завдання:

1. Студентам необхідно ознайомитися з кожним із зазначених видів харчування та визначити його особливості (причини, за яких пасажери обирають

зазначені види харчування та які саме страви входять до цих меню; які страви категорично виключаються з наведеного спеціалізованого харчування).

Таблиця 4.6 – Коди спеціалізованого харчування на борту літака

Вегетаріансько-дієтичне харчування	Релігійно-національне харчування	Дитяче харчування
BLML – BLAND MEAL – Щадне харчування. 1 DBML – DIABETIC MEAL – Діабетичні продукти. 2 FPML – FRUIT PLATTER MEAL – Фруктове харчування. 3 GFML – GLUTEN INTOLERANT MEAL – Харчування, що не містить рослинних волокон (клейковини). 4 LCML – LOW CALORIE MEAL – Низькокалорійне харчування. 5 LFML – LOW FAT MEAL – З пониженим вмістом холестерину/жиру. 6 LSML – LOW SALT MEAL – З пониженим вмістом натрію, без солі. 7 NLML – LOW LACTOSE MEAL – Харчування, що не містить лактози. 8 RVML – VEGETARIAN RAW MEAL – Вегетаріанське харчування, з сирих продуктів. 9 SFML – SEAFOOD MEAL – Харчування з морепродуктів. 10 VLML – VEGETARIAN LACTO-OVO MEAL – Вегетаріанське харчування, з використанням молока і яєць. 11 PRML – LOW PURIN MEAL – Харчування з низьким вмістом пурину. 12 NSML – NOT SOLT MEALS – Без солі дієтична їжа; 13 PFML – PEANUT MEAL – Без арахісу. 14 LPML – PROTEIN RESTRICTED MEAL – Харчування зі зниженим вміст білків. 15 HFML – HIGH RESIDUE MEAL HIGH ROUGHAGE DIET MEAL – їжа з високим вмістом клітковини (волокон).	1 AVML – VEGETARIAN HINDU MEAL – азіатське вегетаріанське (хінді). 2 HNML – HINDU MEAL – індуське харчування 3 KSML – KOSHER MEAL – Кошерное харчування. 4 MOML – MOSLEM MEAL – Мусульманське харчування; 5 VJML – VEGETARIAN JAIN MEAL – Вегетаріанське харчування, що містить некореневі овочі (індуське). 6 VGML – VEGETARIAN VEGAN MEAL – Західне вегетаріанське харчування. 7 VOML – VEGETARIAN ORIENTAL MEAL – Вегетаріанське східне (китайське) харчування. 8 INVG – Меню в індійському стилі з каррі і молочними продуктами; 9 INML – IANISM MEAL – Харчування для послідовників джайнізму. 10 IPML – IAPANEASE MEAL – Японські страви; 11 ORML – ORIENTAL MEAL – Східне меню	1. BBML – BABY MEAL – Харчування для немовлят. 2 CHML – CHILD MEAL – Дитяче харчування.

2. Необхідно визначити способи замовлення спеціалізованого харчування в авіакомпаніях, зокрема строк замовлення, та навести приклади обслуговування харчуванням різними авіакомпаніями (на прикладі двох–трьох).

3. Охарактеризувати раціони харчування, які надається пасажиром залежно від тривалості рейсу та класу обслуговування.

7. **Джерела:** основні [1–7]; додаткові [1–5].

Заняття 6. Тема 4 Менеджмент індустрії міжнародного туризму

Тема заняття: «Особливості діяльності туроператорів та турагентів»

План

1. Особливості діяльності туроператорів та їх види.

2. Особливості діяльності турагентів.

1. Мета заняття: набуття теоретичних знань і практичних навичок щодо особливостей діяльності туроператорів та турагентів.

2. Методика проведення теоретичної частини заняття: обговорення питань, що виникли у студентів під час самостійної підготовки до заняття, контроль за виконанням домашнього завдання, контроль знань студентів, отриманих на лекції.

3. Питання до теоретичної частини заняття.

Характеристика виробників послуг в міжнародному туризмі.

Гуртові продавці в індустрії туризму.

Типи туроператорів.

Турагенти (турагентства) як роздрібні продавці туристського ринку.

4. Контроль самостійної роботи студентів: підготовка доповідей за темами, що висвітлюють особливості функціонування туроператорів, турагентів (турагентств), які працюють на ринку міжнародного туризму.

5. Методика організації самостійної роботи студентів: студент під час підготовки до заняття повинен відповісти на такі запитання:

– Наведіть визначення поняття «туристський бізнес».

– Охарактеризуйте форми підприємницької діяльності в міжнародному туризмі.

– Наведіть приклади фірм (компаній), які працюють у сфері міжнародного туризму (індустрії гостинності).

– Визначте різницю між туроператором та брокером, які працюють на міжнародному ринку.

– Охарактеризуйте поняття «інклюзив-тури», «пекідж-тури».

– За яких умов туроператор продає туристські послуги окремо?

– Які заходи вживають туроператори для залучення туристів у міжсезоння?

– Охарактеризуйте туроператорів масового ринку та тих, які спеціалізуються на визначеному напрямі.

– Наведіть особливості туроператорів зовнішнього та внутрішнього ринку.

– Охарактеризуйте специфіку діяльності туристських агентів, види та умови угод, які вони укладають з різними контрагентами туристського ринку.

6. Практичне завдання. Аналіз пропозиції на ринку виїзного туризму

Студентам необхідно порівняти цінові пропозиції щодо відпочинку за кордоном у різних туроператорів у період високого сезону та періоду міжсезоння. Вихідні дані для виконання завдання наведені в таблиці 4.7.

Таблиця 4.7 – Вихідні дані для виконання завдання «Аналіз пропозиції на ринку виїзного туризму»

№ варіанта	Країна	Назва готелю	Високий сезон	Міжсезоння
1	Туреччина	Crystal Flora Beach Resort 5*	3 30.04 по 07.05	3 23.11 по 30.11
2	Туреччина	Cosmopolitan Resort Hotel 5*	3 15.08 по 22.08	23.09 по 30.09
3	Туніс	Regency Hammamet 4*	3 10.08 по 17.08	3 10.05 по 17.05
4	Греція	Agapi Beach Resort 4*	3 13.08 по 20.08	3 10.05 по 17.05
5	Кіпр	Alexander The Great Hotel 4*	3 11.08 по 18.08	3 10.05 по 17.05
6	Таїланд	Adriatic Palace Hotel Pattaya 3*	3 29.12 по 05.01	3 15.08 по 22.08
7	Болгарія	Maria Revas Villa 5*	3 12.08 по 19.08	3 15.09 по 22.09
9	Чорногорія	Princ Hotel 4*	3 01.08 по 08.08	3 20.04 по 27.04
10	Хорватія	Agava Hotel 4*	3 03.08 по 10.08	3 15.04 по 22.04

Тип харчування в готелі студенти обирають самостійно.

Для порівняння необхідно обрати мінімум трьох туроператорів, які реалізують путівки до зазначеної країни (за варіантом завдання). Для фіксації пошукових сторінок та цін на готелі студентам необхідно зробити скрін шот пошукових сторінок туристських операторів (рис. 4.2).

За результатами аналізу студентам необхідно скласти наступну таблицю (табл. 4.8).

Таблиця 4.8 – Результати підбору турів до визначеної країни

Країна, готель	Туроператор 1		Туроператор 2		Туроператор 3	
	3 30.04 по 07.05	3 23.11 по 30.11	3 30.04 по 07.05	3 23.11 по 30.11	3 30.04 по 07.05	3 23.11 по 30.11
Чорногорія, Princ Hotel 4*						

За результатами аналізу та складання наведених вище таблиць необхідно зробити висновки щодо цінової політики туристських операторів.

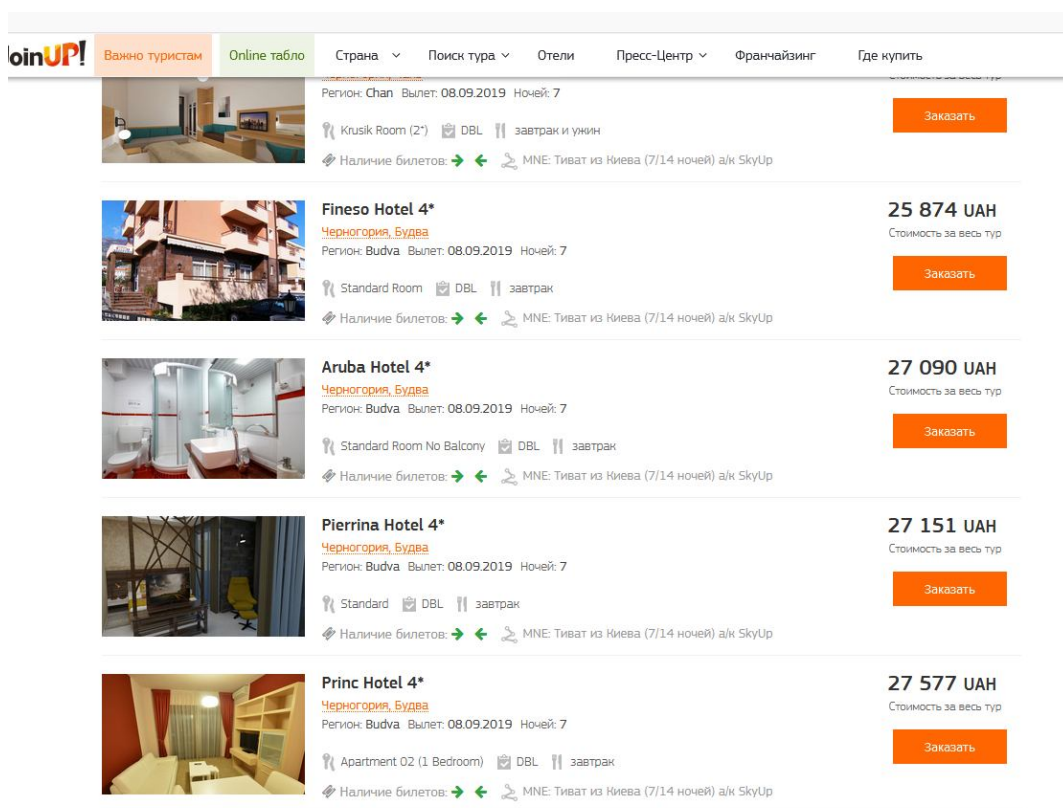


Рисунок 4.2 – Скрин шот пошукової сторінки туроператора «Join up!» в процесі пошуку турів до Чорногорії (приклад)

7. Джерела: основні [1–7]; додаткові [1–5], Інтернет-ресурси [3, 4, 8].

Заняття 7. Тема 5 Менеджмент міжнародних транспортних туристських перевезень

Тема заняття: «Види транспорту в міжнародних туристських перевезеннях»

План

1. Залізничний транспорт.
2. Автомобільний транспорт.
3. Водний транспорт.
4. Повітряний транспорт.

1. Мета заняття: набуття теоретичних знань і практичних навичок у сфері менеджменту міжнародних транспортних туристських перевезень.

2. Методика проведення теоретичної частини заняття: обговорення питань, що виникли у студентів під час самостійної підготовки до заняття, контроль за виконанням домашнього завдання, контроль знань студентів, отриманих на лекції.

3. Питання до теоретичної частини заняття.

Переваги та недоліки залізничних перевезень.

Діяльність Міжнародного комітету залізничного транспорту.

Діяльність Міжнародної асоціації залізничних конгресів.

Організація подорожей залізничним транспортом.

Характеристика сучасного автобусного туризму.

Діяльність Міжнародного союзу автомобільного транспорту (МСАТ).

Переваги та недоліки водного транспорту.

Діяльність Міжнародної морської організації (ІМО) і Міжнародної асоціації морських пасажирських перевізників (ІПСА).

Повітряний транспорт в міжнародному туризмі.

Діяльність Міжнародної асоціації повітряного транспорту (ІАТА).

Діяльність Міжнародної асоціації повітряних перевізників (ІАКА).

Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО).

4. Контроль самостійної роботи студентів: підготовка доповідей за темами, що висвітлюють особливості міжнародних транспортних туристських перевезень із використанням різних видів транспорту.

5. Методика організації самостійної роботи студентів: студент під час підготовки до заняття повинен відповісти на такі запитання:

– Наведіть переваги та недоліки залізничного транспорту.

– Коли був заснований Міжнародний комітет залізничного транспорту (СІТ)?

– Охарактеризуйте головні завдання Міжнародний комітет залізничного транспорту (СІТ).

– Яку назву має керівний орган СІТ?

– Охарактеризуйте діяльність Міжнародного союзу залізниць (UIC).

– Охарактеризуйте особливості залізничних подорожей з точки зору системи ціноутворення.

– Охарактеризуйте тенденції розвитку сучасного автобусного туризму.

– Назвіть документ, який регламентує роботу автобусів на регулярних лініях міжнародного сполучення.

– Охарактеризуйте загальні умови міжнародних автобусних перевезень.

– Коли був заснований Міжнародний союз автомобільного транспорту (МСАТ)? Які його головні завдання?

– Охарактеризуйте екологічні норми, встановлені для автотransпортних засобів, які виконують міжнародні перевезення.

– Визначте організації, які здійснюють регламентацію міжнародної транспортно-морської сфери.

– Охарактеризуйте завдання Міжнародна морська організація (ІМО).

– Назвіть провідні компанії, які організують морські міжнародні круїзи.

– Наведіть приклади організації морських поїздок на океанських поромках.

– Які найважливіші акти міжнародного права у сфері повітряного транспорту ви знаєте?

– Визначте головні завдання Міжнародної асоціації повітряного транспорту й Міжнародної асоціації повітряних перевізників.

– Коли була заснована Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО)?

6. Практичне завдання. Електронні системи бронювання авіаквитків.

Студентам необхідно ознайомитися з електронними системами бронювання авіаквитків, їхньою навігацією (не менше трьох сайтів). За варіантами завдання визначити можливість придбання квитків у певну країну строком на 7 днів за 3 місяці, за 6 місяців, за рік. Визначити умови повернення авіаквитків або зміни дати вильоту. Варіанти для виконання завдання «Електронні системи бронювання авіаквитків» наведені в таблиці 4.9.

Таблиця 4.9 – Варіанти для виконання завдання «Електронні системи бронювання авіаквитків»

№ Варіанта	Маршрут	Кількість місць	Вартість купівлі білетів*		
			За 3 місяці**	За 6 місяців**	За 1 рік**
1	Київ – Прага	2			
2	Харків – Варшава	3			
3	Одеса – Берлін	1			
4	Львів – Будапешт	3			
5	Харків – Барселона	2			
6	Київ – Дрезден	2			
7	Харків – Краків	1			
8	Одеса – Вільнюс	3			
9	Харків – Мілан	3			
10	Львів – Венеція	2			

* Необхідно зібрати інформацію щодо ціни зворотних квитків (туди та назад) на авіаквитки не менше ніж з трьох сайтів

** Відлік часу починається з дати видачі завдання (\pm три дні).

Результати відбору авіаквитків через електронні системи бронювання необхідно зробити скрин шот електронних систем бронювання, через які запропоновано придбати квитки, а також навести в таблиці 4.10.

Таблиця 4.10 – Результати відбору авіаквитків через електронні системи бронювання (Харків – Прага, кількість місць – 2)

Інформація щодо бронювання білетів	Вартість купівлі білетів, євро (грн)		
	За 3 місяці	За 6 місяців	За 1 рік
1	2	3	4
Перша електронна система бронювання (вказати, яка саме)			
Дата вильоту (туди) Харків – Прага	01.02.2020	01.05.2020	01.11.2020
Час польоту	1 год. 45 хв.	1 год 50 хв.	1 год. 48 хв.
Дата вильоту (назад) Прага – Харків	08.02.2020	08.05.2020	08.11.2020

Продовження таблиці 4.10

1	2	3	4
Час польоту	1 год. 45 хв.	1 год 50 хв.	1 год. 48 хв.
Дата купівлі квитків	01.11.2019		
Вартість зворотних квитків	114 євро/ 3300 грн	90 євро/ 2600 грн	76 євро/ 2200 грн
Друга електронна система бронювання (вказати, яка саме)			
...
Третя електронна система бронювання (вказати, яка саме)			
...

Також можна пропонувати квитки з посадкою в транзитному місті. У такому випадку необхідно вказати скорегований маршрут з урахуванням цього міста. Наприклад Харків – Львів, Львів – Прага).

Необхідно зробити висновки щодо вигідності придбання авіаквитків через зазначені електронні системи бронювання, зокрема щодо терміну придбання, часу польоту та зручності пошуку квитків та системи оплати.

7. Джерела: основні [1–7]; додаткові [2–9], Інтернет-ресурси [2, 7].

Заняття 8. Тема 6 Менеджмент підприємств харчування в міжнародному туризмі

Тема заняття: «Спеціалізація ресторанних підприємств у міжнародному туризмі»

План

1. Види ресторанних підприємств у міжнародному туризмі та їхня спеціалізація.

2. Франчайзингові мережі в ресторанному бізнесі.

1. Мета заняття: набуття теоретичних знань та опанування практичними навичками щодо роботи ресторанних підприємств на ринку міжнародного туризму.

2. Методика проведення теоретичної частини заняття: обговорення питань, що виникли у студентів під час самостійної підготовки до заняття, контроль за виконанням домашнього завдання, контроль знань студентів, отриманих на лекції.

3. Питання з теоретичної частини заняття.

Характеристика діяльності повносервісних ресторанів.

Характеристика діяльності спеціалізованих ресторанів.

Франчайзингові мережі як найрозповсюдженіша форма організації діяльності ресторанних закладів у міжнародному туризмі.

4. Контроль самостійної роботи студентів: підготовка доповідей, що висвітлюють практичні особливості та проблеми розвитку ресторанного бізнесу в міжнародному туризмі.

5. Методика організації самостійної роботи студентів: студент під час підготовки до заняття повинен відповісти на такі запитання:

- Дайте визначення поняття «кейтеринг», хто і коли запровадив це поняття?
- Охарактеризуйте діяльність повносервісних ресторанів на міжнародному ринку туристських послуг.
- Наведіть характеристики патентів, історію їх виникнення, особливості використання.
- Традиції яких країн використовують повносервісні ресторани із широким вибором страв «високої» кухні?
- Охарактеризуйте діяльність спеціалізованих ресторанів в міжнародному туризмі.
- Чи можуть ресторани одночасно бути повно сервісними та спеціалізованими?
- Охарактеризуйте діяльність ресторанів швидкого обслуговування.
- Наведіть приклади ресторанів швидкого обслуговування в міжнародному туризмі.
- Визначте принципи організації діяльності сімейних ресторанів, організованих за принципом старомодних кав'ярень. Наведіть приклади таких закладів у міжнародній практиці.
- Охарактеризуйте засади організації діяльності тематичні ресторанів. Наведіть приклади таких закладів у міжнародній практиці та тих, що діють на території України.
- Визначте особливості організації та діяльності обідніх будинків. У якій країні такі заклади є найрозповсюдженішими?
- Наведіть визначення понять «франчайзинг» та «франшиза».
- Визначте переваги та недоліки франчайзингу в організації діяльності ресторанних закладів у міжнародному туризмі.
- Наведіть приклади ресторанних підприємств (повно сервісних та спеціалізованих), які діють на міжнародному ринку.

6. Практичне завдання. Складання рейтингу підприємств ресторанного господарства, які діють на міжнародному ринку.

Студентам необхідно скласти рейтинг підприємств ресторанного господарства, які діють на міжнародному ринку (табл. 4.11).

Таблиця 4.11 – Варіанти для виконання завдання «Складання рейтингу підприємств ресторанного господарства, які діють на міжнародному ринку»

№ Вар	Тема дослідження
1	Рейтинг ресторанів світу, які володіють зірками Мішлену
2	Рейтинг ресторанів світу, які спеціалізуються на молекулярній кухні
3	Рейтинг ресторанів світу, які спеціалізуються на національній кухні
4	Рейтинг ресторанів світу, які спеціалізуються на сімейній кухні
5	Рейтинг ресторанів світу, які спеціалізуються на швидкому харчуванні
6	Рейтинг тематичних ресторанів світу
7	Рейтинг незвичних (нестандартних) ресторанів світу

В процесі складання зазначеного рейтингу студентам необхідно охарактеризувати ресторанні підприємства, які входять до цього рейтингу та навести головні переваги над конкурентами цих закладів.

Рейтинг ресторанів світу необхідно аналізувати не пізніше ніж за три останніх роки.

7. Джерела: основні [1–7]; додаткові [2–8], Інтернет-ресурси [1, 2, 5].

Заняття 9. Тема 7 Менеджмент гостинності в міжнародному туризмі

Тема заняття «Готельні мережі як ефективний спосіб ведення бізнесу в індустрії гостинності: світовий досвід»

План

1. Чинники, які впливають на формування сучасного мережевого готельного бізнесу.

2. Форми управління готельними підприємствами.

1. Мета заняття: набуття теоретичних знань та опанування практичними навичками з характеристики факторів розвитку світових готельних мереж, дослідження тенденцій в галузі управління та організації міжнародної діяльності готельних підприємств.

2. Методика проведення теоретичної частини заняття: обговорення питань, що виникли у студентів під час самостійної підготовки до заняття, контроль за виконанням домашнього завдання, контроль знань студентів, отриманих на лекції.

3. Питання з теоретичної частини заняття:

Позитивні та негативні чинники, які впливають на сучасний мережевий готельний бізнес.

Аналіз лідерів серед світових готельних мереж.

Види готельних мереж в міжнародній практиці.

Форми управління сучасними готельними мережами.

4. Контроль самостійної роботи студентів: підготовка доповідей, що висвітлюють проблеми й перспективи формування сучасного мережевого готельного бізнесу та розвитку провідних міжнародних готельних мереж.

5. Методика організації самостійної роботи студентів: студент під час підготовки до заняття повинен відповісти на такі запитання:

– Визначте чинники, які стимулюють готельні підприємства до виходу на міжнародний ринок.

– Визначте чинники, які сприяють залученню корпорацій, які функціонують у розвинених індустріальних країнах, на зовнішні ринки.

– Які готельні мережі є лідерами з міжнародної готельної діяльності? Охарактеризуйте їх.

– Які види готельних мереж в міжнародній діяльності ви знаєте?

– Визначте мету незалежних підприємств готельного бізнесу, які об'єднуються в консорціуми.

- Охарактеризуйте особливості франчайзингу та управління за контрактом в міжнародному готельному бізнесі.
- Визначте критерії відбору керуючої компанії для підприємств готельного бізнесу.
- Охарактеризуйте переваги та недоліки управління за контрактом.
- Визначте головні чинники, які приваблюють до України іноземні готельні мережі.
- Визначте конкурентні переваги готельних мереж.

6. Практичне завдання: Аналіз функціонування світових готельних мереж

Студентам необхідно згідно з варіантом завдання висвітлити:

1. Історію створення готельної мережі (указати рік, країну, видатні персоналії).
2. Місію, головні завдання діяльності готельної мережі.
3. Сучасне географічне охоплення, статистику готельної мережі (кількість країн та готельних підприємств у кожній з них, загальний обсяг номерного фонду тощо).
4. Обсяг інвестицій у розвиток готельної мережі (за останні 3–5 років), інноваційний потенціал та існуючі інноваційні розробки, які виокремлюють аналізовану готельну мережу від інших.
5. Характеристика умов управління готельною мережею (франчайзинг, контракт на управління тощо); умов приєднання до аналізованої готельної мережі або виходу з неї.

В таблиці 4.12 наведені варіанти для виконання практичного завдання.

Таблиця 4.12 – Варіанти для виконання практичного завдання «Аналіз функціонування світових готельних мереж»

№ Вар	Готельна мережа
1	InterContinental Hotels Group
2	Hilton Worldwide
3	Marriott International
4	Wyndham Hotel Group
5	Accor
6	Choice Hotels International
7	Starwood Hotels and Resorts
8	Best Western
9	Home Inns (+Motel 168)
10	Carlson Rezidor Hotel Group

7. Джерела: основні [1–3]; додаткові [1 – 4, 8], Інтернет-ресурси [1, 5, 9].

Заняття 10. Тема 7 Менеджмент гостинності в міжнародному туризмі

Тема заняття «Напрями підвищення ефективності діяльності міжнародних готельних організацій і асоціацій»

План

1. Діяльність міжнародних організацій у сфері готельного господарства.
2. Взаємодія готельних асоціацій на всіх рівнях готельного бізнесу.
3. Підвищення ефективності діяльності міжнародних асоціацій і організацій у сфері готельного бізнесу.

1. Мета заняття: набуття теоретичних знань та опанування практичними навичками щодо діяльності міжнародних готельних організацій і асоціацій та напрямів підвищення ефективності їхньої діяльності.

2. Методика проведення теоретичної частини заняття: обговорення питань, що виникли у студентів під час самостійної підготовки до заняття, контроль за виконанням домашнього завдання, контроль знань студентів, отриманих на лекції.

3. Питання з теоретичної частини заняття:

Діяльність Міжнародної асоціації готелів та ресторанів.

Діяльність Міжнародної асоціації гостинності.

Діяльність Міжнародної асоціації продажів і маркетингу в індустрії гостинності.

Діяльність Міжнародної організація зі стандартизації.

Взаємодія готельних асоціацій на всіх рівнях готельного бізнесу.

Недоліки в діяльності міжнародних організацій у сфері готельного господарства та шляхи їх вдосконалення.

4. Контроль самостійної роботи студентів: підготовка доповідей, що висвітлюють проблеми й перспективи міжнародного готельного бізнесу в умовах глобалізації.

5. Методика організації самостійної роботи студентів: студент під час підготовки до заняття повинен відповісти на такі запитання:

– Охарактеризуйте діяльність Міжнародної асоціації готелів та ресторанів.

– Чи можуть бути членами Міжнародної асоціації готелів та ресторанів приватні готелі і ресторани, а також дочірні підприємства готельних і ресторанних мереж?

– Чи є комерційною організацією Міжнародна асоціація готелів та ресторанів?

– Охарактеризуйте діяльність Міжнародної асоціації гостинності. Коли вона була заснована? Наведіть її мету.

– Коли була заснована Міжнародна асоціація продажів і маркетингу в індустрії гостинності? Які структури з яких сфер діяльності входять до її складу?

– Наведіть мету діяльності Міжнародна асоціація продажів і маркетингу в індустрії гостинності.

Охарактеризуйте діяльність Міжнародної організація зі стандартизації (ISO), наведіть мету її діяльності.

– Визначте вплив регіональних готельних асоціацій та організацій на розвиток світового готельного бізнесу.

– Охарактеризуйте процес взаємодії готельних асоціацій на всіх рівнях готельного бізнесу.

– Охарактеризуйте напрями вдосконалення діяльності міжнародних асоціацій і організацій у сфері готельного бізнесу.

6. Джерела: основні [1–3]; додаткові [1–4, 8], Інтернет-ресурси [1, 5, 9].

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Нормативні джерела

1. Про авторське право і суміжні права [Електронний ресурс] : Закон України № 998-XIV (998-14) від 16.07.99. – Режим доступу : <http://library.kr.ua/zakon/zakavtprav.html>
2. Про інвестиційну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України № 1560-XII від 18.09.1991 р. (редакція від 06.11.2014). – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
3. Про режим іноземного інвестування [Електронний ресурс] : Закон України № 93/96-ВР від 19.03.1996 р. (редакція від 11.08.2013). – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/93/96-%D0%B2%D1%80>
4. Про внесення змін до Закону України «Про туризм» [Електронний ресурс] : Закон України № 1282-IV від 18.11.2003 (редакція від 28.06.2015). – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>
5. ДСТУ 4269:2003 Послуги туристичні. Класифікація готелів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://dnaop.com/html/29982/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4269_2003
6. ДСТУ 4268:2003 Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://dnaop.com/html/29636/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4268_2003

Основні джерела

1. Алієва-Барановська В. М. Міжнародний туризм : навч. посібник-довідник / В. М. Алієва-Барановська, І. І. Дахно. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – 344 с.
2. Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме : учебное пособие для студ. ВУЗов / Н. А. Зайцева. – 2-е изд., доп. – М. : ФОРУМ, 2009. – 368 с.
3. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма : учеб. пособие. / Н. И. Кабушкин. – Минск : БГЭУ, 1999. – 644 с.
4. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк. – Київ, 2008. – 661 с.
5. Міжнародний туризм : навч. посібник / Т. В. Божидарнік [та ін.]. – Київ : Центр учбової літератури, 2012. – 307 с.
6. Полчанінова І. Л. Менеджмент міжнародного туризму : конспект лекцій (для студентів 4 курсу освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр усіх форм навчання спеціальності 242 – Туризм) / І. Л. Полчанінова, Н. М. Влащенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. – 112 с.
7. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. / І. М. Школа, Т. М. Ореховська, І. Д. Козьменко. – Чернівці : Книги-XXI, 2005. – 596 с.

Додаткові джерела

1. Азарян О. М. Аналіз комплексу маркетингу на міжнародному ринку туристичних послуг: монографія / О. М. Азарян, Н. Л. Жукова, О. А. Іщенко. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2005. – 135 с.
2. Алейникова Г. М. Организация и управление турбизнесом : учеб. пособие / Г. М. Алейникова ; Донец. ин-т турист. бизнеса. – Донецк : Изд-во Донец. ин-та турист. бизнеса, 2002. – 184 с.
3. Баумгартен Л. В. Стратегический менеджмент в туризме : практикум : учеб. пособие для студ. вузов / Л. В. Баумгартен. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 176 с.
4. Большой Глоссарий терминов международного туризма / Под ред. М. Б. Биржакова, В. И. Никифорова. – СПб. : Герда, 2005. – 936с.
5. Король О. Д. Менеджмент туризму : навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. / О. Д. Король, М. П. Крачило ; Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича – Чернівці : Рута, 2008. – 240 с.
6. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – 2-ге вид., перероб. і доп. / О. О. Любіцева. – Київ : Альтерпрес, 2003. – 436 с.
7. Мельниченко С. В. Менеджмент підприємства туристичної індустрії : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисципліни / С. В. Мельниченко, Н. І. Ведмідь ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – Київ : КНТЕУ, 2005. – 217 с.
8. Проблеми географії та менеджменту туризму / В. Г. Явкін [та ін.] ; Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича. – Чернівці : Рута, 2006. – 260 с.
9. Румянцев А. П. Міжнародна торгівля послугами : навч. посібник / А. П. Румянцев, Ю. О. Коваленко. – Київ : Центр навчальної літератури, 2003. – 112 с.

Інтернет-ресурси

1. Безкоштовний онлайнний каталог патентів з можливістю пошуку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.FreePatentsOnline.com>.
2. Офіційний сайт Асоціації клубів міжнародних авіаліній (World Airlines Club association – WACA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.waca.org/Index.aspx>
3. Офіційний сайт Всесвітньої організації туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www2.unwto.org/ru>
4. Офіційний сайт Всесвітньої федерації туристичних агентств (WorldAssociation of Travel Agencies – WATA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://tourismnotes.com/world-association-of-travel-agencies-wata>.
5. Офіційний сайт Міжнародної асоціації готелів та ресторанів (International Hotel & Restaurant Association (IH&RA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.hospitalitynet.org/organization/17000749/ihra.html>

6. Офіційний сайт Міжнародного туристичного альянсу (Alliance International de Tourisme – AIT) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ait-touringalliance.com>

7. Сайт авіакомпанії «Emirates» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.emirates.com/ru/russian/plan_book/essential_information/dietary_requirements.aspx

8. Сайт Державного агентства України з інвестицій та інновацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.in.gov.ua>

9. Сайт, який висвітлює діяльність Міжнародного союзу національних асоціацій готелів, ресторанів і кафе – ХО-РЕ-КА (Union Internationale des Organisations Nationales d'Hoteliers, Restaurateurs et Cafetiers – HO-RE-CA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://kurs-chudes.ru/Union-internationale-des-organisations-nationales-d%27hoteliers%2C-restaurateurs-et-cafetiers-horeca.html>

Виробничо-практичне видання

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до проведення практичних занять

та самостійної роботи

з навчальної дисципліни

«МЕНЕДЖМЕНТ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ»

*(для студентів 4 курсу всіх форм навчання освітньо-кваліфікаційного
рівня бакалавр, спеціальності 242 – Туризм)*

Укладач **ВЛАЩЕНКО** Наталія Миколаївна

Відповідальний за випуск *Н. М. Богдан*

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання *І. В. Волосожарова*

План 2019, поз. 336 М

Підп. до друку 02.09.2019. Формат 60 × 84/16.

Друк на ризографі. Ум. друк. арк. 1,7.

Тираж 50 пр. Зам. №

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,

вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.

Електронна адреса: rektorat@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 5328 від 11.04.2017.